

## INTISARI

Kondisi persaingan bisnis industri telekomunikasi yang semakin ketat dan semakin berkembangnya ekspektasi pelanggan mendorong perusahaan untuk lebih memfokuskan pada upaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Dalam hal ini, Telkomsel sebagai market leader di sektor telepon bergerak perlu mempertahankan pasar yang ada melalui pengembangan loyalitas pelanggan guna mempertahankan bisnis dan profitabilitas perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas. Data penelitian diambil berdasarkan kuesioner yang diisi oleh responden yang berjumlah 100 orang sebagai pengguna *provider* Telkomsel Simpati di Surabaya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Dari pengujian hasil uji t diketahui bahwa variabel promosi (prm) mempunyai  $t_{hitung}$  sebesar 3.207 dengan signifikan 0.002, variabel kualitas layanan (kl) mempunyai  $t_{hitung}$  sebesar 0.185 dengan signifikan 0.854 dan variabel kepuasan pelanggan (kps) mempunyai  $t_{hitung}$  sebesar 4.678 dengan signifikan 0.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Berdasarkan hasil analisis, diketahui terdapat pengaruh yang dominan yaitu dengan melihat koefisien determinasi parsial. Koefisien determinasi yang menghasilkan nilai lebih besar adalah kepuasan pelanggan sebesar 18,57%. Sehingga variabel kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang dominan.

Kata kunci : promosi, kualitas layanan,kepuasan pelanggan, dan loyalitas.

## ABSTRACT

The competition of telecommunication business industries which becomes more competitive and the exceeding expectation of the customers have encouraged the company to be more focus on the effort to sustain the existing customer. In this case, Telkomsel as the market leader in the mobile telephone sector is required to sustain the existing customers through the development of customer loyalty in order to maintain company business and profitability.

This research is meant to find out the influence of promotion, service quality, and customer satisfaction to the loyalty. The research data has been obtained by issuing questionnaires which have been filled in by 100 respondents as the users of Telkomsel Simpati provider in Surabaya.

The data analysis technique has been carried out by using multiple linear regressions. It has been found from the result of the t test that promotion variable (prm) has  $t_{\text{count}}$  3.207 with its significant 0.002, service quality variable (kl) has  $t_{\text{count}}$  0.185 with its significant 0.854 and customer satisfaction variable (kps) has  $t_{\text{count}}$  4.678 with its significant 0.000. Therefore, it can be concluded that promotion and customer satisfaction has significant influence to the loyalty. Meanwhile, service quality does not have any significant influence to the loyalty.

Based on the result of the analysis, the dominant influence can be found by using partial determination coefficient. The determination coefficient which generates large value is customer satisfaction 18.57% so the variable which gives dominant influence is customer satisfaction.

Keywords: promotion, service quality, customer satisfaction, and loyalty